

Батырева Мария Владимировна –
доцент кафедры общей и экономической
социологии Тюменского государственного
университета

Голованова Юлия Игоревна –
студентка Тюменского государственного
университета

ТРАНСФОРМАЦИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ И ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Важнейшими факторами глобализации современного общества выступают развитие информационных технологий, активное развитие мобильности вообще и туризма в частности. При этом в большинстве случаев основная роль в трансформации современного общества отдается информационным технологиям, поскольку именно они изменяют способы и средства коммуникации. Новая мультимедийная коммуникационная система соединяет в себе все существующие ранее виды коммуникации – письменную, устную и аудиовизуальную. Мультимедиа создают новую социальную структуру, которой присущи широкая социальная и культурная дифференциация, что позволяет сегментировать пользователей и, в результате, формируется социальная стратификация по принципу включенности в коммуникации. Происходит деление всех людей на тех, кто способен выбирать и подключаться к коммуникациям сам, и тех, кого снабжают ими в ограниченном количестве.

Формирующаяся коммуникационная система охватывает все культурные формы, а те, что не включаются в систему, маргинализируются и утрачивают способность к воспроизводству. Тем самым, мультимедиа создает новую символическую среду, формирует культуру реальной виртуальности.

Тем не менее, помимо развития информационных технологий, важнейшим фактором глобализации является и мобильность. В современном обществе всё (люди, предметы, образы, информация) пришло в движение. Кроме того, происходит «гибель дистанции», чему способствуют Интернет и мобильная связь. Как отмечает З. Бауман, «среди ценностей на первое место выдвигается мобильность, свобода передвижения» [1, с. 67]. Этот вечно «дефицитный и неравномерно распределяемый товар» превращается в главный фактор расслоения постсовременной эпохи [1, с. 59].

Повсеместное увеличение мобильности, в свою очередь, приводит к росту туристической активности. Туризм, достигший сегодня глобальных масштабов и вовлекший огромные человеческие ресурсы, затрагивает многие стороны общественной жизни. Важнейшей социокультурной характеристикой

туризма является то, что он выступает как социальная практика, изменяющая человека и позиционирующая его в социальном пространстве. Туристская деятельность воздействует на внутренний мир человека, межличностные отношения, социум в целом. Туризм фокусирует на себе значимые трансформации современной социокультурной ситуации, в результате чего туристский опыт становится социально значимым.

Дж. Урри рассматривает туризм и глобализацию как взаимозависимые части одной системы. «Современный мир охвачен производством и потреблением мест. Туристические объекты создаются подчас в самых неожиданных местах» [4, с. 136-138]. Потоки туристов опосредуют отношения между обществами и переопределяют положение «мест» в глобальном порядке с позиции их туристического потенциала. По выражению З. Баумана, «мир превратился в склад потенциально интересных объектов, и задача заключается в том, чтобы выжать из них как можно больше занимательного» [1, с. 37]. Туризм, когда-то являвшийся маргинальной деятельностью или делом лишь немногих, оказывается в центре «текучей современности». Турист находится в постоянном поиске новых переживаний и приключений, и с каждым разом все более экзотичных, интересных, познавательных. З. Бауман отмечает также, что по мере того, как туризм занимает все большую часть времени людей, туристский стиль поведения превращается в их образ жизни.

Стремительно развивающиеся мобильные технологии сжимают пространственно-временные ощущения и вместе с тем трансформируют «взгляд туриста». Дж. Урри указывает на то, что наряду с телесными путешествиями возникают виртуальные и воображаемые, а также утверждает, что важным мотивом к путешествию является «потребность в близости», стремление быть сопричастным к какому-либо пейзажу, событию или сообществу. Быстрое «развитие транспортной системы делает туризм доступным практически для всех слоев населения» [3, с. 68], а культуры становятся настолько мобильными, что современные люди уже не ставят под сомнение возможность проникновения в них и аутентичность опыта становится ведущим императивом современных туристов.

Американский антрополог Д. МакКаннелл, исследовавший «осознанный» туризм, в своих ранних работах пишет о проблеме восприятия, образа путешествий, а также об опыте аутентичности, получаемом туристом во время перемещений. При этом он заимствует у Гоффмана понятие «план восприятия» – место исполнения, место, где происходит социальное действие [2, с. 21]. Суть в том, что далеко не все планы восприятия доступны представителю другой культуры. Часто путешественник может довольствоваться только «постановочной аутентичностью» исключительно «туристических» мест, не имеющих отношения к реальному социокультурному пространству города» [5, с. 592]. «Осознанный турист», по Д. МакКаннеллу, стремится проникнуть

туда, где нет ничего специально подготовленного для приезжих, где все реально, где царствует повседневный мир, характерный для данной культуры. Однако нередко турист не имеет возможности изучить их самостоятельно – доступ открыт только членам местного сообщества.

В такой ситуации все большую популярность приобретают глобальные сети гостеприимства, позволяющие не только погрузиться в местную культуру, но и найти бесплатный ночлег практически в любом городе мира. Каучсёрфинг – самое популярное сообщество такого формата. Couchsurfing.com – это глобальный сервис, позволяющий путешественникам находить временный ночлег в домах местных жителей на безвозмездной (безденежной) основе. После регистрации на сайте участники имеют возможность предоставлять очень подробную информацию о себе и, если пользователь участвует в практике хостинга (предоставления жилья путешественникам), он размещает информацию и о своем «кауче» – месте, где он предлагает остановиться другим путешественникам. Информация подтверждается фотографиями, и чем больше ее представлено участником, тем выше вероятность того, что его запрос или предложение получают отклик других каучсёрферов.

Участники, ищущие жилье, могут искать хостов, используя несколько параметров - возраст, местоположение, пол и уровень активности. Продолжительность, характер, условия и другие детали пребывания гостя обычно обсуждаются заранее для удобства обеих сторон. Как правило, никакой денежный обмен не происходит, но при определенных обстоятельствах возможен (например, компенсация затрат на продукты для совместного ужина). Участники сообщества могут оставить отзыв на своего хоста или гостя, чтобы другие каучсёрферы могли получить больше информации о нем, и в случае отрицательных оценок, не вступать с ним во взаимодействие. Иногда члены сети гостеприимства также предлагают помощь в планировании поездки, выступают в качестве гида, проводят тематические встречи для членов сообщества каучсёрферов.

Таким образом, практики каучсёрфинга, активно развивающиеся в современном обществе, удовлетворяют потребности людей быть более мобильными и получать желаемую аутентичность опыта, реализовывать свои эмоциональные установки. В тоже время каучсёрфинг противопоставляется массовым видам туризма, пропагандируя полное погружение в культуру принимающего социума.

Список литературы:

1. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / З. Бауман; пер. с англ. Г.И. Афтандьева – М.: Издательство «Весь Мир», 2004. – 188 с.
2. Гоффман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гоффман; пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева – М.: «КАНОН-пресс-Ц», 2000. – 304 с.
3. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация / Дж. Урри // Массовая культура: современные западные исследования. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. – с. 136-150.
4. Урри Д. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия / Д. Урри; пер. с англ. Д. Кралечкина; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 336 с.
5. MacCannell, D. Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings [Электронный ресурс] / D. MacCannell // American Journal Of Sociology. 1973. Vol. 79, No. 3 – pp. 589-603. Режим доступа: <http://www.travel-studies.com/sites/default/files/MacCannel%20Staged%20Authenticity.pdf> (дата обращения: 11.08.2017).